



Sascha Hanke (r.) und Peter Brawand sind künftig Geschäftspartner

SASCHA HANKE: Einstieg bei Brawand Rieken

Generationswechsel bei Brawand Rieken: Der hochdekorierte Kreative Sascha Hanke steigt als geschäftsführender Gesellschafter bei der Hamburger Agentur ein. Zum 1. April wird er Co-Gründer Torsten Rieken ablösen, der sich sukzessive aus dem Tagesgeschäft zurückzieht. Rieken will der Agentur aber als fester Partner noch für längere Zeit erhalten bleiben.

Wer sowohl Hanke als auch die bodenständige Inhaberagentur Brawand Rieken kennt, wird vermutlich zunächst verwundert sein über diesen Schritt. Hanke, zuletzt Executive Creative Director & Part-

ner bei Kalle Rebbe, steht nicht zuletzt für Award-Erfolge. Etwas, mit dem Brawand Rieken bis dato nichts am Hut hatte – sieht man mal vom GWA Effie ab, wo das Team 2015 zusammen mit seinem Stammkunden Rügenwalder Mühle Gold abgeräumt hat. Auch hatte Hanke bei seinem Ausstieg von Kalle Rebbe ursprünglich ganz andere Pläne. Er wolle sich „komplett neu kalibrieren“, sagte er damals. Eine neue Herausforderung auf Kundenseite, bei Technologieunternehmen oder in der Musikindustrie sei reizvoll.

Wie passt nun Brawand Rieken dazu? Hanke erklärt, er habe sich durchaus in

den genannten Branchen umgehört. „Während meines sechsmonatigen Sabbaticals nach Kalle Rebbe habe ich viele spannende Gespräche geführt und konnte in ganz unterschiedlichen Branchen wertvolle Einblicke gewinnen.“ Am Ende fühlte sich das alles nicht rund an. Sein Herz habe sich dagegen entschieden. „Als ich Torsten und Peter kennenlernte, spürte ich gleich: Das ist es, das musst du machen! Ich glaube fest daran: Vertraue immer auf dein Herz. Unternehmerisch gestalten zu können und die Agentur auf die nächste Ebene zu bringen, lässt mein Herz schon jetzt höherschlagen.“

Hanke hofft, dass er nicht nur für Awards steht. Er habe schließlich auch in der Vergangenheit – sei es bei Kalle Rebbe oder davor bei Heimat Hamburg und Jung von Matt – bereits ein Händchen für Neugeschäft und Juniorenförderung bewiesen. Bei Kalle Rebbe gewann er mit seinem Team Neukunden wie O2/Telefónica und DPD und betreute die Bundesagentur für Arbeit, Bahlsen und die LVM Versicherung. Bei Brawand Rie-

ken trifft er auf rund 50 Mitarbeiter und Kunden wie Alcon Kontaktlinsen, Aristo Pharma, Edding, Rügenwalder Mühle und Vilsa Mineralwasser.

Viele dieser Kunden werden ganzheitlich betreut, von der Kommunikation bis zum Packaging Design. Auch das sei ein entscheidendes Argument für Brawand Rieken gewesen. Der ganzheitliche Ansatz über Disziplinen und Touchpoints hinweg entspreche seiner Idealvorstellung von integrierter Markenführung, so Hanke. Darüber hinaus freue er sich darauf, die Agentur künftig aktiv mitzugestalten und auf dem Weg in die Zukunft zu begleiten. Einen Löwen zu gewinnen sei heutzutage nichts Besonderes mehr. Eine moderne, zeitgemäße Agenturkultur zu schaffen, hingegen schon. Sein künftiger Geschäftspartner Peter Brawand sagt über ihn: „Mit Sascha jetzt eine neue Ära von Brawand Rieken einzuläuten und so auch sorgsam den Generationswechsel in der für uns bekannten unangeregten Art anzugehen, ist genau der richtige Schritt zur richtigen Zeit.“ BU

MARC OPELT: Du, der Vorstand schafft sogar seine eigenen Büros ab



FOTO: OTTO

Digitale Transformation greift manchmal auch in den Alltag der Chefetage ein. So gilt in der Otto-Gruppe schon seit einiger Zeit das verpflichtende Du über alle Hierarchiestufen hinweg. Und wenn Otto 2022 sein neues Hauptquartier fertiggestellt haben wird, wird der Vorstand auch auf seine eigenen Büros verzichten müssen. Denn für 1800 Mitarbeiter wird das Gebäude nur 1600 Arbeitsplätze bieten. Dass damit ein komplettes Unternehmen zum Wander-

arbeiten verdammt wird, ist von Otto-Chef Marc Opele durchaus gewollt. Denn der Onlinehändler will sich in den nächsten Jahren als Plattform neu erfinden und bis 2020 mindestens 3000 externe Partner in den eigenen Onlineshop holen. Mit steifen Strukturen und fest definierten Arbeitsabläufen ist so eine Neuerung nicht zu leisten. Otto muss in der Lage sein, sich jeden Tag neu aufzustellen. Und dazu gehört nicht nur, dass der Händler in den nächsten Jahren seinen Jahresgewinn sofort in die Transformation investieren will. Dazu gehört vor allem eine Arbeitsumgebung, die die Vernetzung und

MATTHIAS WAHL: Radiovermarkter RMS braucht eine neue Geschäftsführung

Die Gesellschafter der RMS müssen nach einer neuen Geschäftsführung suchen. Matthias Wahl und Alexander Sempf verlassen den Hamburger Radiovermarkter. Wahl, Sprecher der Geschäftsführung, wird spätestens mit Auslaufen seines Vertrages im April 2020 gehen, Vermarktungschef Sempf Ende 2020. Der größte deutsche Radiovermarkter hat damit ein doppeltes Problem. Offiziell verlässt Wahl den Vermarkter planmäßig. Sein Engagement sei von Anfang an auf drei Jahre ausgerichtet gewesen. Aufsichtsratschef Kai Fischer betont, dass die Gespräche über die Vertragsverlängerung planmäßig ein Jahr vor Ende des Vertrages geführt wurden und man Wahl nicht habe zum Bleiben überreden können. Sempfs Abgang sei hingegen überraschend gekommen. Sempf waren immer wieder Ambitionen für das



Sprecher-Amt bei der RMS nachgesagt worden, das Wahl 2017 von Florian Ruckert übernommen hatte. Die RMS steht derzeit exzellent da. Der Vermarkter konnte die Erlöse in den vergangenen Jahren stetig steigern. Wahl hat wichtige Projekte wie die Audio-DMP angesprochen und hohen Druck aufgebaut, um die Digitalisierung des

MARC LENGNING: Von Mini zu BMW – andere Marke, selber Konzern

Rausgehen und die Welt entdecken“, sagte Marc Lengning vor über zweieinhalb Jahren in einem Gespräch mit HORIZONT. Damals ging es um eine Kampagne für den Mini Countryman. Jetzt aber wird der Satz zu seinem Lebensmotto. Der Leiter des Mini Global Brand Management (seit 2014) verlässt sein gewohntes berufliches Umfeld und wird ab April Marketingchef von BMW Deutschland. Er folgt damit auf Stefanie Würst, die bereits im September 2018 ihre Koffer gepackt hatte, um seitdem für die Münchner Premiummarke die Geschäfte in den Niederlanden zu führen. Im Gegensatz zu Würst braucht Lengning nicht umzuziehen, trotzdem bedeutet der Job bei BMW eine Umstellung. Zwar kennt er den Konzern schon seit 1998, aber vieles, was bei Mini im Marketing möglich ist, bleibt für BMW undenkbar. Hier die freche, lebenswerte Tochter, dort die seriöse, stets auf Haltung bedachte Mutter, die aber manchmal etwas zu langweilig um die Ecke kommt. Doch Lengning versteht sich auf Change-Prozesse. Der Mann ist eigentlich Ingenieur,



FOTO: ANDREAS HACH

Pabst wird beim VDZ Geschäftsführerin

Zum 1. Mai tritt Sandra Pabst als Verantwortliche für Kommunikation in die Geschäftsführung des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) ein. Sie folgt auf Peter Klotzki, der Anfang März als Hauptgeschäftsführer zum Bundesverband Freie Berufe wechselt. Pabst ist Inhaberin einer Kommunikationsberatung und war zuvor unter anderem in der Presseabteilung des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz tätig. PAP

Bach übernimmt Leitung von Autozeitung.de

Die Auto Zeitung rückt Print und Digital näher zusammen. Im Zuge der Neuordnung des Bauer-Titels übernimmt Markus Bach die Redaktionsleitung von Autozeitung.de. In seiner neuen Funktion ist er für Online und Social Media zuständig. Die Nachrichten sol-

PERSONALIEN

Christian Bauer leitet Bonduelle-Marketing

Der Gemüsehersteller Bonduelle hat mit Christian Bauer einen neuen Marketingleiter DACH. Er folgt auf Nadja Ohlendorf, die seit Beginn des Jahres Geschäftsführerin von Aqua Römer ist. Nach verschiedenen Positionen bei Unilever wechselte Bauer zu Burger King, wo er zwischen 2014 und 2015 sämtliche Marketing-Aktivitäten in Zentraleuropa verantwortete. Zuletzt war Bauer Senior Marketing Director Europe bei World Wrestling Entertainment. IRE

Bouillot an der Spitze von Ketchum Pleon

Bei der PR-Agentur Ketchum Pleon geht das Stühlerücken weiter. Neuer Standortleiter für das Düsseldorfer Stammhaus wird Gilles Bouillot. Der 46-Jährige kommt von der Agentur Metapeople, wo er zuletzt als Partner Consulting und Head of Strategy Consulting arbeitete. Zusätzliche Aufgaben übernimmt zudem Global Partner Frederik Tautz. Er war bisher als Executive Director Digital tätig und verantwortet künftig auch die Bereiche Research & Analytics und Digital. MAM

Achtung holt sich kreative Verstärkung von LLR

Die Hamburger Agentur Achtung baut ihr kreatives Führungsteam aus: Von Lukas Lindemann Rosinski (LLR) kommen Tim Hartwig und Tobias Burger als Executive Creative Directors an Bord. Die beiden vielfach preisgekrönten Werbekreativen waren zuvor bei Jung von Matt tätig. Bei LLR haben Hartwig und Burger zuletzt als Creative Directors und Unitleiter unter anderem Kunden wie Eurowings, Mercedes-Benz Vans, Subway, Amorelie und Campari betreut. TT

Christian Senger rückt in VW-Markenvorstand auf

Der Autobauer Volkswagen erweitert den Vorstand für die Konzernmarke VW Pkw. Zum 1. März übernimmt Christian Senger das neu geschaffene Ressort Digital Car & Services. Bislang hatte er die Leitung Baureihe E-Mobility inne. In dieser Funktion trieb er unter anderem die Aktivitäten im Bereich Elektromobilität voran. Senger ist seit 2016 für Volkswagen tätig. Vorherige Stationen des Maschinenbauers waren unter anderem Continental und BMW. MIR